postmetry

S

Qué contiene la newsletter de

Sonos

Remitente	no-reply@con.sonos.com
Plataforma de envío	SparkPost
Sector	Alta tecnología y electrónica
Envíos leídos	12 campañas, 3 transaccionales
Periodo	Agosto de 2026

Nuestra dirección se suscribió en agosto de 2026, después de la publicación de la recomendación de la CNIL (14 de abril de 2026).

Nota global

A B C D **E** 59/100 F

La constatación principal

Está presente un píxel de seguimiento de apertura en los 3 mensajes transaccionales.

Es el primero de 12 puntos a corregir. La nota más alta es entregabilidad (100/100), la más baja conformidad (17/100), mejor que el 2 % de las 643 marcas medidas.

Transaccional
3 mensajes

Agosto de 2026 · calculado el 22 noviembre

Conformidad

17 /100

mejor que el 2 % de las 643 marcas medidas

Entregabilidad

100 /100

mejor que el 42 % de las 642 marcas medidas

Técnico

55 /100

mejor que el 5 % de las 643 marcas medidas

Experiencia

72 /100

mejor que el 76 % de las 643 marcas medidas

12 puntos por corregir

Cada línea lleva al criterio en su familia, con el extracto que lo establece y la forma de corregirlo.

Prioritario	**Está presente un píxel de seguimiento de apertura** Criterio «Ningún píxel de seguimiento de apertura» · Conformidad · en los 3 mensajes transaccionales `<img border="0" width="1" height="1" alt="" src="https://link.sonos.com/q/***~~…` El seguimiento de aperturas se desactiva en los ajustes de seguimiento, a nivel de la campaña o de la cuenta.	−35 pts de 35 en Conformidad
Prioritario	**El destinatario no tiene el control del seguimiento** Criterio «El destinatario conserva el control del seguimiento» · Conformidad · medido en 3 mensajes transaccionales Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja.	−20 pts de 20 en Conformidad
Prioritario	**Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral** Criterio «Plantilla poco anidada» · Técnico · medido en 3 mensajes transaccionales Aplane la plantilla: un bloque de contenido por tabla, colocado directamente en la columna principal, sin tabla envolvente alrededor de cada sección.	−20 pts de 20 en Técnico
Prioritario	**La dirección del destinatario figura en el mensaje** Criterio «Ningún identificador del destinatario en el mensaje» · Conformidad · en 2 de los 3 mensajes transaccionales	−6,7 pts de 10 en Conformidad
Por revisar	**Ningún camino sin rastrear lleva al sitio** Criterio «Un camino sin rastrear lleva al sitio» · Conformidad · en los 3 mensajes transaccionales	−15 pts de 15 en Conformidad
Por revisar	**Algunos enlaces se vuelven invisibles si se bloquean las imágenes** Criterio «Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas» · Experiencia · en los 3 mensajes transaccionales	−15 pts de 15 en Experiencia
Por revisar	**Algunos enlaces no llevan a ninguna parte** Criterio «Cada enlace lleva a algún sitio» · Técnico · en los 3 mensajes transaccionales	−10 pts de 10 en Técnico
Por revisar	**Algunas zonas pulsables son demasiado pequeñas para el dedo** Criterio «Zonas pulsables suficientemente grandes» · Experiencia · en los 3 mensajes transaccionales	−10 pts de 10 en Experiencia
Secundario	**El HTML supera el umbral de truncamiento de Gmail** Criterio «HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail» · Técnico · en 1 de los 3 mensajes transaccionales	−8,3 pts de 25 en Técnico
Secundario	**Ninguna dirección permite responder al mensaje** Criterio «El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas» · Conformidad · medido en 3 mensajes transaccionales	−6,7 pts de 20 en Conformidad

Secundario	**Hay imágenes de contenido sin describir** Criterio «El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica» · Experiencia · medido en 3 mensajes transaccionales	−5 pts de 20 en Experiencia
Secundario	**El mensaje no puede restituirse fuera del HTML** Criterio «El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML» · Experiencia · medido en 3 mensajes transaccionales	−3,3 pts de 15 en Experiencia

10 criterios cumplidos, entre ellos « Firma DKIM validada » y « HTML bien formado ». Se enumeran en su familia, más abajo.

Cada envío, a su hora de llegada

Un punto por mensaje recibido en nuestra suscripción desde agosto. Toque un punto para abrirlo; las flechas pasan de un envío a otro.

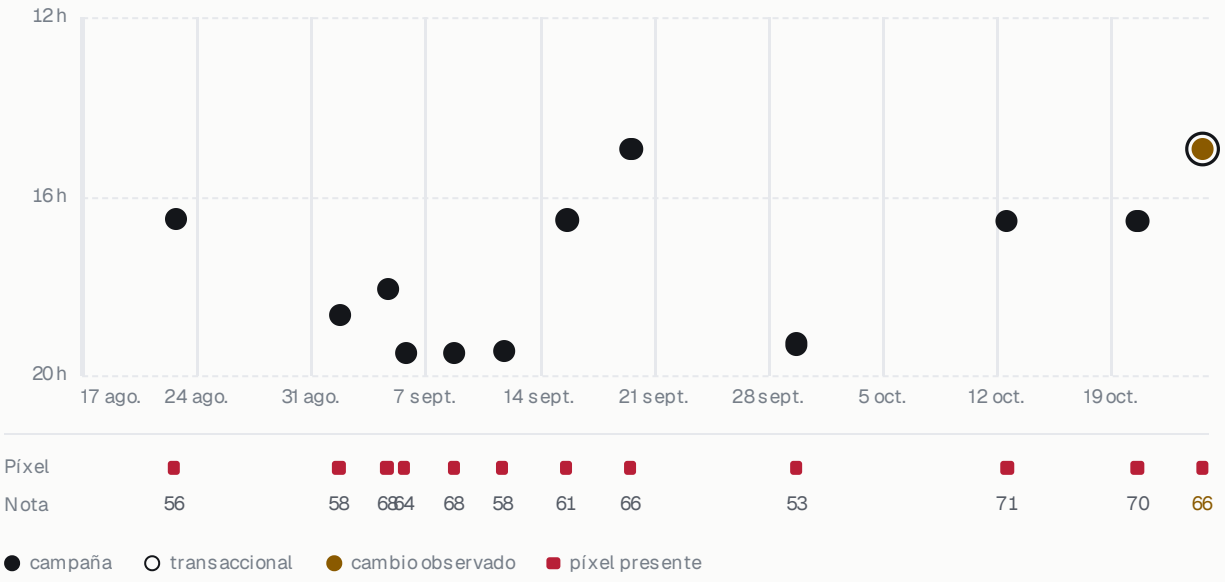
Lectura técnica del envío del 20 de agosto de 2026 →

12
campañas en 9 semanas
aproximadamente una por semana, de agosto a octubre

Los martes
día de envío preferido
5 de las 12 campañas

16 h – 20 h
franja de llegada
10 de las 12 campañas

24 oct.
último envío recibido
« Et si la période des fêtes commençait plus tôt ? »



Campaña 12 de 12

sábado 24 oct., 14:55

Et si la période des fêtes commençait plus tôt ?

Tipo Campaña de marketing

Nota 66 / 100

Píxel Presente, detectado por su tamaño

● Cambio observado en este envío, por confirmar con el siguiente.

El día de envío

Toque una barra para encontrar sus envíos en la línea de tiempo.



La hora de llegada

Hora a hora, sobre las 12 campañas.



1 cambio observado desde agosto

Cada campaña se compara con la anterior, criterio por criterio.

24 oct. El detalle de este cambio, criterio por criterio, está reservado a la versión Pro.
por confirmar con el próximo envío · la nota por envío pasa de 56 a 66

Detalle de los criterios

Los 24 criterios + 1 bonus

10 cumplidos · **5** cumplidos en parte · **7** no cumplidos · **0** no observables · **2** no aplicables



Conformidad

Estas verificaciones tratan de lo que el envío impone al destinatario y de lo que le deja: medición de su comportamiento, medios para darse de baja, rastreo de su oposición.

Píxeles de seguimiento: la norma de la CNIL · Método, familia Conformidad

mejor que el 2 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 17 pts sobre 100 — 2 cumplidos en parte · 3 no cumplidos · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Ningún píxel de seguimiento de apertura — No cumplido — 0/35 pts

Píxel de seguimiento de apertura detectado en los 3 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 35 — cumplido en 0 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Una imagen invisible indica a la plataforma de envío que el mensaje se ha abierto, en qué momento y desde qué dispositivo: es un seguimiento individualizado del comportamiento de lectura, y el destinatario no ve nada de ello. El mensaje no dice si ha dado su consentimiento o se ha opuesto — esa elección vive en la plataforma de envío, no en el envío.

Servido desde sonos.com.

El extracto que lo establece

```
<img border="0" width="1" height="1" alt="" src="https://lin
k.sonos.com/q/***~~/AAQRxRA~/***">
```

Cómo corregir

El seguimiento de aperturas se desactiva en los ajustes de seguimiento, a nivel de la campaña o de la cuenta. Busque «seguimiento de aperturas» u «open tracking».

Desactivarlo hace perder la tasa de apertura — una medida ya muy falseada por las protecciones de los servicios de correo, que precargan las imágenes — y no cambia nada en la tasa de clics.

Cumplido cuando no hay ningún píxel de seguimiento presente. Un solo píxel basta para que el criterio falle en un envío.

CNIL 14/04/2026·LIL art.82 · PM-PRIV-001 · La regla de detección

Loi Informatique et Libertés, article 82 (https://www.legifrance.gouv.fr/loda/article_lc/LEGIARTI000037813978/)

CNIL, délibération n° 2026-042 du 12 mars 2026, publiée au JO le 14 avril 2026 — champ d'application (https://www.cnil.fr/sites/default/files/2026-04/recommandation-pixels_de_suivi.pdf)

CNIL, foire aux questions du 22 juillet 2026 (https://www.cnil.fr/fr/faq-recommandation-pixels-courriers-electroniques)

CNIL, délibération n° 2026-042 du 12 mars 2026, publiée au JO le 14 avril 2026 — retrait du consentement (https://www.cnil.fr/sites/default/files/2026-04/recommandation-pixels_de_suivi.pdf)

Darse de baja es posible y está anunciado

No aplicable

no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el mensaje anuncia la baja en sus encabezados, mediante una página y no un correo que redactar, y en su cuerpo. El detalle indica cuál de las dos falta. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 2369 · PM-PRIV-002

El destinatario conserva el control del seguimiento

No cumplido

0/20 pts

El destinatario no tiene el control del seguimiento — ninguna de las 2 medidas se cumple

0 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Un camino distinto del enlace de baja lleva a un centro de preferencias donde el destinatario puede rechazar el seguimiento (aperturas, clics) sin darse de baja. La mayoría de las plataformas ofrecen esta página; si no, se añade en el pie de la plantilla, con su propio enlace, nombrado por lo que hace («gestionar mis preferencias», «rechazar el seguimiento»).

Esta página cuesta una tarde de integración y sirve después para todos los envíos. Es lo que la recomendación de la CNIL espera de un envío que mide el comportamiento de sus lectores.

Dos medidas: ¿pasa el enlace de baja por un rastreador, y lleva un camino distinto a un centro de preferencias o al rechazo del seguimiento? Ninguna de las dos establece que un rechazo llegue a

buen término — comprobarlo exigiría seguir el enlace, lo que registraría un clic en la plataforma de envío. Describen el control que se deja al destinatario, no el resultado que obtendría.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 2

- Enlace de baja rastreado en el único mensaje transaccional afectado — No cumplido
- Ningún camino distinto para rechazar el seguimiento en los 3 mensajes transaccionales afectados — No cumplido

CNIL 14/04/2026 · Postmetry · PM-PRIV-003

El mensaje dice quién escribe y con arreglo a qué reglas

Cumplido en parte

13,3/20 pts

Ninguna dirección permite responder al mensaje en los 3 mensajes transaccionales afectados (2 de 3 medidas cumplidas)

13,3 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

El pie del mensaje nombra al remitente (razón social, dirección postal) y enlaza su política de privacidad con un enlace directo al sitio, no a un dominio de seguimiento. Estas menciones se ponen una vez en la plantilla base y aparecen en todos los envíos.

Nada que perder: estas líneas ya existen en el sitio, basta con retomarlas.

Un envío comercial debe permitir identificar al anunciante (CPCE, artículo L. 34-5), y al destinatario saber quién trata sus datos. Este indicador agrupa lo que un mensaje puede mostrar de ello.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 3

- El mensaje nombra a su remitente en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Ninguna dirección permite responder al mensaje en los 3 mensajes transaccionales afectados — No cumplido
- Un enlace lleva a la política de privacidad en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

CPCE L. 34-5 · directive 2000/31 art. 6 · CAN-SPAM · PM-PRIV-004

Un camino sin rastrear lleva al sitio

No cumplido

0/15 pts

Todos los enlaces al sitio pasan por un rastreador en los 3 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 3 mensajes transaccionales afectados.

El destinatario que solo quiere visitar el sitio no tiene más opción que pasar por el contador de clics.

Cómo corregir

Al menos un enlace del mensaje apunta directamente al dominio de la marca, sin pasar por el dominio de redirección de la plataforma: el logotipo, el aviso legal o la política de privacidad sirven. En el editor se hace enlace por enlace («no seguir este enlace», «disable click tracking») o con una lista de exclusión en los ajustes de la cuenta.

Un enlace sin seguimiento no cuenta en los clics medidos; elegir el logotipo o el pie no quita nada a los clics que importan.

Cumplido cuando al menos un enlace del mensaje lleva al sitio de la marca sin pasar por un contador de clics.

Postmetry · PM-PRIV-005

Ningún identificador del destinatario en el mensaje

Cumplido en parte

3,3/10 pts

La dirección del destinatario figura en el mensaje (2 de 3 mensajes transaccionales afectados)

3,3 puntos de 10 — cumplido en 1 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Codificada en base64 o con hash, sigue siendo la dirección: un hash se recupera aplicando el hash a una lista de direcciones conocidas. Colocada en una URL o en un encabezado, viaja allí donde pasa el mensaje — registros de los servidores de redirección, herramientas de análisis, historial del navegador.

El extracto que lo establece

```
header:X-MSFBL adresse:base64
```

Cómo corregir

Los enlaces no llevan en sus parámetros ni dirección de correo, ni identificador de contacto, ni token de inicio de sesión automático. En la plataforma, provienen de las variables de combinación insertadas en las URL (`?email={{contact.email}}`, `?uid=…`): quitarlas de los enlaces de la plantilla y desactivar el inicio de sesión por enlace si se ofrece.

La plataforma sigue identificando al destinatario en los clics con seguimiento; lo que cambia es que su dirección ya no viaja en claro hacia el sitio, su analítica y sus socios.

Cumplido cuando la dirección del destinatario no aparece — ni en claro, ni codificada, ni con hash — en ninguna URL ni en ningún encabezado propietario. Los encabezados de direccionamiento no cuentan: la llevan por construcción.

Postmetry · RGPD art. 4 en repère · `PM-PRIV-020`



Entregabilidad

Estas verificaciones leen el veredicto de autenticación emitido por nuestro servidor en el momento en que llegó el mensaje. Este veredicto está fechado por construcción: nunca lo recalculamos, ya que eso consultaría el DNS de hoy y no el del día del envío.

Requisitos de Gmail para remitentes ↗ (https://support.google.com/a/answer/81126)
Requisitos de Yahoo ↗ (https://senders.yahooinc.com/best-practices/) Método, familia Entregabilidad

mejor que el 42 % de las 642 marcas medidas

El cálculo · 70 pts de 70, llevados a 100

5 cumplidos · 1 no aplicable



Peso de cada criterio en la nota.

Firma DKIM validada — Cumplido — 20 pts

Firma DKIM válida en 3 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando nuestro servidor de recepción ha validado la firma DKIM del envío.

RFC 6376 · RFC 8601 · PM-DELIV-001

RFC 6376 — DomainKeys Identified Mail (DKIM) Signatures (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc6376)

RFC 8601 — Message Header Field for Indicating Message Authentication Status (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc8601)

Alineación DMARC validada — Cumplido — 20 pts

Alineación DMARC verificada en 3 mensajes transaccionales

20 puntos de 20 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando el dominio que aparece en el remitente se corresponde con el que autenticó el mensaje.

RFC 9989 · PM-DELIV-002

RFC 9989 — Domain-Based Message Authentication, Reporting, and Conformance (DMARC) (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989)

Política DMARC que contribuye a descartar ciertas suplantaciones — Cumplido — 15 pts

Política DMARC activa en 3 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando la política publicada es «reject» o «quarantine». Una política «none» no espera nada de los clientes de correo: está publicada sin efecto sobre los mensajes que suplantan el dominio.

RFC 9989 §4.7 · PM-DELIV-003 · RFC 9989 — sección 4.7, etiqueta «p» (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc9989#section-4.7)

Ningún fallo SPF — Cumplido — 10 pts

Ningún fallo SPF en 3 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando SPF no falla. Un SPF «none» acompañado de un DKIM y un DMARC válidos es una configuración habitual y legítima: no se penaliza.

RFC 7208 · PM-DELIV-004

RFC 7208 — Sender Policy Framework (SPF) for Authorizing Use of Domains in Email (https://www.rfc-editor.org/rfc/rfc7208)

Baja en un clic, en el sentido de la RFC 8058 — No aplicable — no aplicable

Esta medida no se aplicaba a ninguno de los envíos recibidos. **Queda fuera del denominador**: nunca se cuenta como un fallo.

Cumplido cuando el encabezado «List-Unsubscribe» lleva una dirección https y «List-Unsubscribe-Post» vale exactamente «List-Unsubscribe=One-Click». Es lo que Gmail y Yahoo exigen a los remitentes masivos: el botón del buzón actúa entonces sin abrir ninguna página. No aplicable a un correo transaccional.

RFC 8058 · Gmail et Yahoo · PM-DELIV-005

Una firma DKIM que cubre lo esencial

Cumplido

5 pts

La firma DKIM cubre lo esencial del mensaje en 3 mensajes transaccionales

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Lo que cubre la firma, no solo que sea válida: un algoritmo admitido por la RFC 8301, el cuerpo firmado por completo, los encabezados From, Subject, Date y List-Unsubscribe firmados, una firma no caducada en la recepción. No aplicable sin firma DKIM.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 3

- Algoritmo de firma admitido en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Cuerpo firmado por completo en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Encabezados esenciales firmados en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Firma válida en la recepción — No aplicable

RFC 6376·RFC 8301 · PM-DELIV-006



Técnico

Estas verificaciones tratan de lo que los clientes de correo hacen realmente con el mensaje: truncamiento, bloques de estilo eliminados, recursos nunca cargados. Cada umbral indica de dónde viene: el comportamiento documentado de un cliente de correo, una especificación o nuestro propio método.

Compatibilidad por cliente (caniemail) ↗ (https://www.caniemail.com/) Método, familia Técnica

mejor que el 5 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 47 pts de 85, llevados a 100

3 cumplidos · 1 cumplido en parte · 2 no cumplidos



Peso de cada criterio en la nota.

HTML por debajo del umbral de truncamiento de Gmail

Cumplido en parte

16,7 / 25 pts

HTML por encima del umbral de truncamiento de Gmail (1 de 3 mensajes transaccionales afectados)

16,7 puntos de 25 — cumplido en 2 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

El peso se reduce sacando el CSS que no se usa, suprimiendo los bloques ocultos duplicados (versión móvil y de escritorio del mismo contenido), quitando los comentarios y el código condicional de Outlook que ya no sirve, y sin incrustar imágenes en base64. La mayoría de los editores muestran el peso del HTML antes del envío.

Por encima de 102 KB, Gmail corta el mensaje y muestra «Ver mensaje completo»: el pie, los avisos y el enlace de baja desaparecen de la primera lectura.

Cumplido cuando la parte HTML se mantiene por debajo de 102 KB. Más allá, Gmail corta el final del mensaje — y el final es la baja y las menciones.

Gmail · PM-TECH-001

Plantilla poco anidada

No cumplido

0/20 pts

Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral en los 3 mensajes transaccionales afectados (0 de 1 medidas cumplidas)

0 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Aplane la plantilla: un bloque de contenido por tabla, colocado directamente en la columna principal, sin tabla envolvente alrededor de cada sección.

En un editor por bloques, el anidamiento suele venir de una sección colocada dentro de otra, o de una columna dentro de una columna. Se corrige una vez, en la plantilla, no campaña por campaña.

La lectura técnica del envío da el anidamiento medido y su umbral: es ella la que indica cuándo la corrección ha surtido efecto.

Cumplido cuando las tablas de maquetación no se anidan en más de 6 niveles. Más allá, el motor de Word que comparten los Outlook de escritorio y los clientes divergentes muestran la plantilla cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 0 cumplidas de 1

- Tablas de maquetación anidadas más allá del umbral en los 3 mensajes transaccionales afectados — No cumplido

Postmetry · PM-TECH-002

HTML bien formado

Cumplido

15 pts

HTML bien formado en 3 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Un doctype, un juego de caracteres declarado en el documento, etiquetas equilibradas e identificadores únicos. Cada cliente repara a su manera un marcado incompleto, y eso es lo que hace imprevisible la visualización. Los cierres que el HTML hace opcionales no cuentan.

Lo que se ha medido — 4 cumplidas de 4

- Doctype declarado en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Juego de caracteres declarado en el HTML en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Etiquetas equilibradas en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Identificadores únicos en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

WHATWG · PM-TECH-030

Cada enlace lleva a algún sitio

No cumplido

0/10 pts

Algunos enlaces no llevan a ninguna parte en los 3 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Cada enlace tiene un destino absoluto en https; nada de `href="#"`, `href=""`, enlaces relativos ni `mailto:` sin dirección. Los enlaces vacíos suelen venir de un bloque copiado de una plantilla anterior o de un botón cuya URL no se rellenó en el editor.

Un enlace vacío hace perder el clic y delata un mensaje montado con prisa; la corrección consiste en revisar la lista de enlaces antes del envío, que la mayoría de los editores ofrecen.

Cumplido cuando ningún enlace está vacío, reducido a «#» o escrito como «javascript:». Un enlace así no lleva a ninguna parte, y la mayoría de los clientes lo neutralizan. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-TECH-031

Ninguna hoja de estilo remota

Cumplido

10 pts

Ninguna hoja de estilo remota en 3 mensajes transaccionales

10 puntos de 10 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cumplido cuando el mensaje no llama a ninguna hoja de estilo externa, ni por «link» ni por «@import». Varios clientes no las cargan nunca. Una hoja de fuentes no cuenta: sin ella, el texto usa la fuente de reserva.

caniemail · PM-TECH-020

<link> en un correo electrónico — compatibilidad por cliente (https://www.caniemail.com/features/html-link/)

El mensaje respeta la forma de un correo

Cumplido

5 pts

El mensaje respeta la forma de un correo en 3 mensajes transaccionales

5 puntos de 5 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Líneas de 998 bytes como máximo, Message-ID y Date legibles, juego de caracteres anunciado en cada parte de texto, codificación de transferencia coherente con el contenido (RFC 5322, RFC 2045). La mayoría de los servidores toleran estas desviaciones, cada uno a su manera.

Lo que se ha medido — 5 cumplidas de 5

- Líneas de 998 bytes como máximo en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Message-ID bien formado en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Fecha legible en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Juego de caracteres anunciado en cada parte de texto en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Codificación de transferencia coherente en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

RFC 5322 · RFC 2045 · PM-TECH-010



Experiencia

Cuatro preguntas sobre lo que ocurre con el mensaje una vez recibido: ¿sigue siendo comprensible, puede el destinatario seguir actuando, puede un cliente restituirlo, una pantalla mostrarlo? La detección automática solo cubre lo que se declara en el mensaje.

WCAG 2.2 ↗ (https://www.w3.org/TR/WCAG22/) Método, familia Experiencia

mejor que el 76 % de las 643 marcas medidas

El cálculo · 72 pts sobre 100

2 cumplidos · 2 cumplidos en parte · 2 no cumplidos · 1 bonus



Peso de cada criterio en la nota.

El mensaje se entiende sin sus imágenes, desde la bandeja de entrada

Cumplido · 25 pts

El mensaje se lee sin sus imágenes y se anuncia en la bandeja de entrada en 3 mensajes transaccionales

25 puntos de 25 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cumplido cuando el mensaje conserva al menos 200 caracteres legibles con las imágenes bloqueadas, y un preencabezado de 40 a 130 caracteres lo anuncia en la lista de mensajes. Sin preencabezado, el buzón muestra en su lugar el primer texto del cuerpo — a menudo «Ver en el navegador».

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Al menos 200 caracteres siguen siendo legibles con las imágenes bloqueadas en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Preencabezado de 40 a 130 caracteres en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

Postmetry · PM-EXP-001

El mensaje sigue siendo reproducible fuera del HTML

Cumplido en parte · 11,7 / 15 pts

La versión de texto recoge menos del 80 % de los enlaces (2 de 3 mensajes transaccionales afectados) (2 de 3 medidas cumplidas)

11,7 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

La versión de texto (`text/plain`) acompaña al HTML y recoge el contenido y los enlaces, no solo una frase del tipo «abra este mensaje en su navegador». Las plataformas la generan a partir del HTML si la opción está activa («generar la versión de texto», «auto-generate plain text»).

Es la versión que leen los relojes, los lectores de pantalla y algunos clientes profesionales; también la usan los filtros antispam, que comparan las dos versiones.

Cumplido cuando una versión de texto acompaña al envío y recoge lo esencial: al menos el 60 % de su texto y el 80 % de sus enlaces. Un cliente que no muestra el HTML recurre a ella; reducida a «vea la versión web», no reproduce nada.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 3

- Una versión de solo texto acompaña al mensaje en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- La versión de texto recoge al menos el 60 % del texto en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- La versión de texto recoge menos del 80 % de los enlaces (2 de 3 mensajes transaccionales afectados) — Cumplido en parte

Postmetry · PM-EXP-002

Todos los enlaces siguen visibles con las imágenes bloqueadas

No cumplido · 0 / 15 pts

Algunos enlaces se vuelven invisibles con las imágenes bloqueadas en los 3 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 15 — cumplido en 0 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Cada acción importante (botón principal, baja) existe en texto o como botón HTML, no solo como imagen con enlace. Para un botón de imagen, un `alt` que diga la acción y un color de fondo en la celda hacen visible la zona incluso sin la imagen.

Con las imágenes bloqueadas, un botón de imagen se convierte en un rectángulo vacío: el lector no sabe dónde hacer clic.

Cumplido cuando ningún enlace depende de una sola imagen sin texto alternativo: un enlace así no deja nada en pantalla. No aplicable si el mensaje no contiene ningún enlace.

Postmetry · PM-EXP-003

Zonas pulsables suficientemente grandes

No cumplido

0/10 pts

Zonas pulsables por debajo del tamaño fijado en los 3 mensajes transaccionales afectados

0 puntos de 10 — cumplido en 0 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Cómo corregir

Los enlaces y botones miden al menos 24 px de alto, con espacio entre dos enlaces vecinos; un botón en HTML (celda de tabla con fondo y relleno) alcanza ese tamaño sin imagen. Los enlaces pequeños del pie se separan con un salto de línea en lugar de con un |.

En el móvil, una zona más pequeña que el dedo hace fallar o pulsar al lado; 24 px es el mínimo de las WCAG 2.2 nivel AA.

Cumplido cuando ninguna zona pulsable dimensionada queda por debajo de 24 px de lado (WCAG 2.2, criterio 2.5.8). Solo se miden las zonas con una dimensión declarada; las excepciones del criterio —objetivo dentro de una línea de texto, espaciado suficiente— no se miden. No aplicable si el mensaje no declara ninguna dimensión.

WCAG 2.2 — 2.5.8 · PM-EXP-004

WCAG 2.2 — Target Size (Minimum), criterio 2.5.8, nivel AA (https://www.w3.org/TR/WCAG22/#target-size-minimum)

El mensaje sigue siendo legible con una ayuda técnica

Cumplido en parte

15/20 pts

Hay imágenes de contenido sin describir en los 3 mensajes transaccionales afectados (3 de 4 medidas cumplidas)

15 puntos de 20 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cómo corregir

Cuatro correcciones, todas en la plantilla: declarar el idioma del mensaje en la etiqueta `<html>` (`lang="es"` para un envío en español), describir cada imagen de contenido en su atributo `alt`, marcar las tablas de maquetación con `role="presentation"` y escribir enlaces que digan adónde llevan en lugar de «haga clic aquí».

El detalle del criterio indica cuáles faltan en sus envíos; las demás ya se cumplen.

Una imagen decorativa — filete, espaciador — conserva un `alt=""` vacío: es lo que la hace callar, no un olvido.

Idioma declarado, imágenes de contenido descritas, tablas de maquetación señaladas como tales, textos de enlace que dicen adónde llevan: lo que un lector de pantalla necesita para reproducir el mensaje. El detalle indica qué medida falta.

Lo que se ha medido — 3 cumplidas de 4

- Idioma del mensaje declarado en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Hay imágenes de contenido sin describir en los 3 mensajes transaccionales afectados — No cumplido
- Tablas de maquetación señaladas como tales en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Cada enlace dice adónde lleva en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

WCAG 2.2 · RGAA · PM-EXP-005

HTML Standard — The lang and xml:lang attributes (https://html.spec.whatwg.org/multipage/dom.html#the-lang-and-xml:lang-attributes)

HTML Standard — Requirements for providing text to act as an alternative for images (https://html.spec.whatwg.org/multipage/images.html#alt)

El mensaje declara su adaptación a las pantallas

Cumplido — 15 pts

El mensaje declara su adaptación a las pantallas en 3 mensajes transaccionales

15 puntos de 15 — proporción de observaciones cumplidas sobre 3 mensajes transaccionales.

Cumplido cuando el mensaje declara su área de visualización y su adaptación al ancho de pantalla. Sin ellas, se muestra en el teléfono a su anchura original, y se lee haciendo zoom y desplazándose de lado.

Lo que se ha medido — 2 cumplidas de 2

- Área de visualización declarada en 3 mensajes transaccionales — Cumplido
- Adaptación al ancho de pantalla declarada en 3 mensajes transaccionales — Cumplido

W3C · PM-EXP-026 · CSS Device Adaptation — la etiqueta viewport (https://www.w3.org/TR/css-device-adapt-1/)

Media Queries Level 4 (https://www.w3.org/TR/mediaqueries-4/)

Tema oscuro declarado

Punto de bonificación conseguido — +5 pts

El mensaje declara su adaptación al tema oscuro en 3 mensajes transaccionales

5 puntos de 5 — cumplido en 3 de 3 mensajes transaccionales afectados.

Conseguido cuando el mensaje declara `color-scheme` o una regla `prefers-color-scheme`. Ninguna norma lo exige — los clientes que fuerzan el tema oscuro invierten ellos mismos los colores —, pero declararlo deja el control a la plantilla en lugar de al cliente de correo.

caniemail · PM-EXP-027

CONSTATACIONES FUERA DE CALIFICACIÓN

Observados, no calificados

Estas constataciones no entran en ninguna nota: su umbral no tiene una fuente oponible. Se muestran igualmente en su totalidad.

Todos los enlaces del mensaje pasan por un rastreador

reconocido por un subdominio de rastreo a nombre de la marca

Cada clic se registra y se vincula al destinatario antes de redirigirlo. Ningún enlace lleva directamente al sitio: no existe ninguna forma de consultar la marca desde este mensaje sin ser medido.

▼ La prueba — fragmento de su envío

```
https://link.sonos.com/f/a/***/AAQRxRA~/***
```

```
https://link.sonos.com/f/a/***/AAQRxRA~/***
```

```
https://link.sonos.com/f/a/***~~/AAQRxRA~/***
```

¿Esta dirección envía realmente los emails de Sonos?

DKIM d=con.sonos.com, tr.sonos.com · SPF pasa · DKIM pasa · DMARC pasa · 3 transaccionales

En 3 mensajes transaccionales de Sonos recibidos en nuestras direcciones desde agosto de 2026:

Campo De (From)	`no-reply@con.sonos.com` · 2 de 3 `no-reply@tr.sonos.com` · 1 de 3
Dominio firmante DKIM (d=)	`con.sonos.com` · 2 de 3 `tr.sonos.com` · 1 de 3
Veredicto en la recepción	**SPF** pasa · 3 de 3 **DKIM** pasa · 3 de 3 **DMARC** pasa · 3 de 3

El veredicto es el que el servidor de recepción escribió en la cabecera Authentication-Results al llegar el mensaje: se lee, nunca se recalcula.

Estas constataciones describen los envíos recibidos en nuestras direcciones. No dicen nada de un mensaje recibido en otro lugar: el campo De se escribe libremente, y solo las cabeceras del mensaje recibido indican por dónde ha pasado.

Comparativa sectorial

Alta tecnología y electrónica — 37 marcas de las que se ha analizado al menos una campaña. Los porcentajes siguientes se calculan sobre ellas, nunca sobre el catálogo.

37 marcas analizadas en este sector

Reservado a la versión Pro

Notas de lectura

Cómo leer esta página

01 **Un criterio no observable o no aplicable sale del cálculo.** Sigue en la lista, nunca se cuenta como cero: su peso sale del denominador en lugar de pesar como un fallo.

02 Cada línea describe una **constatación observable**, con el fragmento que la sustenta. No se incluye ninguna calificación jurídica.

03 Las medidas provienen de **analizadores deterministas**: el mismo mensaje da siempre el mismo resultado, y una constatación discutida se rehace de forma idéntica a partir del archivo.

04 Toda proporción se publica **sobre una base observada**, y la nombra: «26 de las 30 marcas analizadas». Una marca de la que no se ha recibido ningún envío no entra en ningún denominador.

05 La **entregabilidad es prestada**: su veredicto proviene del servidor que recibió el mensaje. Todas las demás familias salen de nuestros analizadores.

¿Le dice algo este análisis?

Recorrámoslo juntos, en 20 minutos.

Repasamos con usted los 12 puntos, la prueba de cada uno y el orden en que corregirlos. Por videollamada, sin compromiso.

Elegir una franja : https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min (https://cal.com/noam-ouaknine-ecibnn/20min)

Recibir los cambios de Sonos

Un email cuando un criterio cambia de estado, nada más.

¿Trabaja en Sonos?

Reclamar la marca: transaccionales, alertas, prueba fechada.

La versión Pro

Historial completo, antes y después, alertas.

Este informe también puede consultarse en línea, con la vista previa de cada envío:
https://postmetry.com/es/marque/sonos/?kind=transactional